

AVRIL 2017

## EDITO

### TOUS VENDEURS ?

“ *Le portier de notre boutique de la Place Vendôme est peut-être l'un de nos meilleurs vendeurs...* ”

Réaction stupéfaite des convives présents à notre dîner-débat du 29 mars à l'Automobile Club de France...

Il faut dire que les propos de nos hôtes du jour, Coralie de Fontenay, Directrice générale de Cartier France et Michel Guten, Président de l'Institut Supérieur de Marketing du Luxe (et anciennement Vice-Président de Cartier France) avaient de quoi étonner : à la question posée « à votre avis, combien y a-t-il de vendeurs chez Cartier ? », la réponse fut «...autant que de collaborateurs ! »

Un propos frappé de bon sens, qui a le mérite de faire réfléchir ! En effet inutile de clamer que le client doit être au centre des préoccupations, si ce postulat ne se retrouve pas traduit au quotidien. Oui nous avons tous pour mission d'aller au-devant de nos clients, cerner leurs attentes, anticiper leurs aspirations, en les écoutant, les servant, les chouchoutant. Quelle que soit notre fonction, -patron, agent d'accueil, responsable machine, agent administratifs ou chauffeur-livreur- il nous revient de « vendre » en permanence nos expertises, nos talents, nos spécificités. Avec une idée fixe, tout faire pour donner à nos « cibles » l'envie de nous acheter et de nous ...réacheter !

Qu'une Maison de Luxe comme Cartier, à la renommée aussi prestigieuse, aux succès si enviés, se plaise à le rappeler est rafraichissant pour nous tous !

Pierre Ballet  
Président d'Imprim'Lux

## STRATEGIE *Séduire*

Notre stratégie de rapprochement avec les donneurs d'ordres du luxe se met peu à peu en place ; elle doit permettre non seulement d'accroître la notoriété d'Imprim'Luxe mais aussi de faciliter vos échanges et prises de contact. A ce sujet nous sommes particulièrement heureux de voir que nos dîners-débats travaillent à cette recherche de proximité, non seulement entre vous, entre labellisés et partenaires, mais aussi avec des clients et/ou prospects référents. **Notre présence au congrès packaging organisé par Cosmetic Valley les 6 et 7 juillet prochains va aussi dans ce sens.**

*Qu'on se le dise !*

## *Communiquer*

Notre volonté est également de renforcer notre visibilité, entre autres sur les réseaux sociaux ; pour ce faire, nous nous appuierons sur une nouvelle ressource, un professionnel de la communication, qui nous accompagnera dès la fin de ce mois. Bientôt à votre disposition, aussi, une nouvelle plaquette particulièrement créative, présentant les différentes facettes de notre association. Dans la même logique, nous réfléchissons à la refonte de notre site internet...

*Les chantiers ne manquent pas !*



Coralie de Fontenay

# R *relation* CLIENT

## UN DÎNER DÉBAT DE HAUTE TENUE

Nous l'évoquons dans l'édito  
de cette newsletter, le dîner débat  
du 29 mars dernier restera  
dans les mémoires  
de tous les participants.

Abordant sans langue de bois la question de la relation client, de l'esprit de service, de la façon de « se » vendre, nos hôtes –Coralie de Fontenay, Directrice générale de Cartier France et Michel Guten, Président de l'Institut Supérieur de Marketing du Luxe (et anciennement Vice-Président de Cartier France)- ont, de façon simple et directe, captivé l'auditoire.

Non ce n'est pas « sale » d'être un vendeur ; oui chacun d'entre nous doit garder à l'esprit qu'il ne travaille pas pour la gloire, mais pour son client ; non la curiosité n'est pas un vilain défaut ; oui celui qui réussit est celui qui s'intéresse à l'environnement, aux goûts et désirs de son prospect et/ou client.

**A nous d'être proactifs**, d'identifier les aspérités déclencheurs de préférence, de bâtir une offre irrésistible dépassant l'argument « coût / prix ».

**A nous de nous réinventer** pour être désirable et donner envie aux grands donneurs d'ordres de s'intéresser à ce que nous sommes capables de faire.

**A nous de permettre à la Directrice générale de Cartier France d'étayer un discours enthousiaste** lorsqu'on lui pose la question : « *Pour vous madame, qu'est-ce qu'un imprimeur ?* » A bon entendeur...

## À VOS AGENDAS !

**4** grands événements Imprim'Luxe sont programmés pour l'année 2017. Cochez dès maintenant leurs dates dans vos agendas :

### **VENDREDI 23 JUIN,** VISITE DE L'USINE UGEPA

Situé à Amiens, UGEPA est leader dans l'impression de papiers peints. Forte d'une centaine de salariés, l'entreprise exporte plus de 60% de sa production partout dans le monde.

### **COURANT SEPTEMBRE,** VISITE DE L'USINE BILLET

Située au cœur de la Champagne, l'imprimerie Billet est leader dans l'impression des étiquettes de champagne, un domaine à la fois ultra créatif et technologique.

## **FIN OCTOBRE,** NOUVEAU DÎNER-DÉBAT

Vos retours extrêmement positifs nous invitent à poursuivre notre cycle de rencontres autour de personnalités de premier plan dans cet endroit magnifique qu'est l'Automobile Club de France. Prochaine date à préciser.

## **LUNDI 4 DÉCEMBRE,** RENCONTRES IMPRIM'LUXE

On en parle depuis un certain temps, l'évènement majeur de cette année se tiendra à la Maison de l'Industrie à Paris le 4 décembre prochain. Nous vous y offrirons la possibilité d'exposer vos réalisations et vos produits autour du thème de l'innovation appliquée. Et d'y rencontrer les quelques 200 donneurs d'ordres représentatifs du secteur du luxe que nous nous proposons de convier. Un hôte d'honneur, emblématique du domaine du luxe, viendra renforcer l'attrait de cette manifestation que nous vous invitons à préparer dès maintenant. Pour mettre sur pied ce grand rendez-vous nous allons renforcer notre équipe : 2 stagiaires, élèves de l'école Sup de Luxe vont nous rejoindre.

Mais nous comptons avant tout sur votre implication !